

**PERSEPSI JEMAAT TERHADAP  
KREDIBILITAS PELAYAN KHUSUS SEBAGAI KOMUNIKATOR  
(Studi di Jemaat GMIM Nafiri Walewangko, Kecamatan Langowan Barat,  
Kabupaten Minahasa)**

Oleh :

**Hendry S. Sigar**

**Nolly Londa**

**Lingkan E. Tulung**

Email : [sigar\\_hendry@yahoo.com](mailto:sigar_hendry@yahoo.com)

**Abstrak**

Permasalahan yang akan di kaji dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Persepsi Jemaat Terhadap Kredibilitas Pelayan Khusus Sebagai Komunikator (studi di Jemaat GMIM Nafiri Walewangko, Kecamatan Langowan Barat Kabupaten Minahasa). Penelitian ini menggunakan Teori Kredibilitas Sumber dari Holand, Janis, dan Kelly sebagai acuan teori. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Hasil penelitian adalah : Jemaat menilai masih ada pelayan khusus yang kurang konsisten dalam berperilaku, yaitu perkataan saat berkomunikasi lewat khotbah dan perbuatan dalam kehidupan sehari – hari maupun dalam lingkup masyarakat tidak selaras, dalam artian integritas pelayan khusus di jemaat ini masih rendah, sehingga mempengaruhi tingkat keterpercayaan yang dimiliki oleh pelayan khusus itu sendiri. Tapi tidak berlaku pada isi pesan yang disampaikan, jemaat percaya pada isi pesan/ isi khotbah, karena isi khotbah adalah kebenaran Firman Tuhan. Jemaat tidak percaya pada pribadi pelayan khusus itu sendiri Pelayan khusus dinilai sudah cukup cakap dalam berkomunikasi lewat khotbah, karena sebagian besar pelayan khusus di jemaat ini memiliki tingkat pendidikan yang tinggi dan sudah terlatih dalam proses katekisasi pelayan khusus yang dilakukan oleh GMIM. Pelayan khusus yang memiliki pendidikan yang tinggi dianggap lebih cakap atau lebih ahli dalam berkomunikasi dengan pelayan khusus berpendidikan lebih rendah. Jemaat juga menilai masih ada pelayan khusus yang kurang trampil dalam mengolah pesan, seperti mengeluarkan kata – kata yang menyinggung dan menyakiti jemaat. Daya tarik fisik pelayan khusus di jemaat ini sudah cukup baik, karena di dalam ruang gereja atau saat menyampaikan khotbah, pelayan khusus tampil rampih dan terlihat berwibawa. Penampilan fisik mempengaruhi ketertarikan jemaat untuk mendengarkan khotbah, karena melambangkan kewibawaan seorang pelayan khusus. Daya tarik psikologi, berbicara tentang kesamaan dan selera, maka jemaat juga memperhatikan isi pesan pelayan khusus saat berkhotbah, mulai dari bahasa, intonasi, penempatan kata – kata yang terkadang tak sesuai dengan karakteristik jemaat yang tidak semuanya memiliki tingkat pendidikan yang sama, seperti bahasa ilmiah yang digunakan saat berkhotbah tidak dimengerti. Jemaat tertarik dengan pelayan khusus yang memiliki selera humor saat berkhotbah karena membuat suasana menjadi cair dan tidak membosankan

**Kata Kunci : Persepsi, Kredibilitas, Pelayan Khusus**

## **PENDAHULUAN**

Dalam perkembangan ilmu komunikasi tidak lepas dari aktifnya manusia berinteraksi dengan sesama, karena dengan komunikasi kita dapat membangun hubungan dengan orang lain dan mempengaruhi pemikiran manusia. Bahkan lebih dari itu lewat komunikasi yang baik, keselarasan pikiran akan mudah tercapai dalam proses beribadah khususnya agama kristen Pelayan Khusus GMIM, dalam hal ini (Pendeta, Penatua, Syamas, & Guru Agama) adalah sumber utama penyampaian informasi dalam proses peribadatan seperti halnya khotbah atau pidato dari pejabat gereja, karena itu Kredibilitas Komunikator dalam hal ini Pelayan Khusus sangat berpengaruh. Jemaat yang memiliki karakteristik beragam dan kompleks merupakan tantangan berat bagi seorang Pelayan Khusus, karena tidak mudah menyatukan satu pemahaman yang sama pada jemaat yang memiliki karakteristik yang beragam, disinilah jemaat memiliki tanggapan atau persepsi terhadap pelayan khusus itu sendiri.

GMIM adalah singkatan dari Gereja Masehi Injili di Minahasa, merupakan organisasi gereja protestan yang memiliki system pelayanan sinodal yang dijalankan oleh Pelayan Khusus. Tugas Pelayan Khusus GMIM yang diatur dalam Tata Gereja Bab 2, Pasal 2, Ayat 3 Tentang Tugas – Tugas Pelayan Khusus, pada hakekatnya harus memberi contoh kepada jemaat untuk melakukan sesuai dengan Firman Tuhan, dan juga tidak berperilaku penjudi, pemabuk, melakukan perzinahan, LGBT (lesbian, gay biseksual, transgender) dan cerai hidup, namun pada kenyataannya tidak semua pelayan khusus memiliki integritas seorang pelayan khusus, karena perkataan atau khotbah yang disampaikan tak sesuai dengan perilakunya. Integritas dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah mutu, sifat, atau keadaan yang menunjukkan kesatuan yang utuh sehingga memiliki potensi dan kemampuan yang memancarkan kewibawaan atau kejujuran. Integritas juga menjelaskan tentang ketulusan dan kredibilitas.

Pesan, isi khotbah, atau informasi yang disampaikan mempengaruhi jemaat untuk taat akan Firman Tuhan, kompetensi yang dimiliki pelayan khusus agar isi pesannya dapat dimengerti dianggap kurang karena ada pelayan khusus yang tidak menguasai materi ketika berkhotbah, karena pengaruh usia, ataupun karena jemaat sangat peka dengar keadaan dan latar belakang pelayan khusus yang menyampaikan khotbah tak sesuai dengan kepribadianya. Seperti apa yang telah dibahas di atas, sikap atau perilaku dari pelayan khusus yang tidak sesuai dengan tugasnya dalam hal ini melanggar tugas pelayan khusus dan norma – norma agama dan masyarakat seperti mengkonsumsi minuman beralkohol, perselingkuhan(cerai hidup), perjudian,rentenir, dan masalah sosial lain sehingga jemaat yang adalah komunikan memiliki persepsi atau tanggapan terhadap komunikator, dalam hal ini pelayan khusus. Hal ini mempengaruhi jemaat untuk mendengarkan ataupun percaya dengan apa yang disampaikan.

Kredibilitas komunikator atau sumber dalam hal ini pelayan khusus berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan dan ketertarikan jemaat untuk mendengarkan khotbah.. Berangkat dari permasalahan - permasalahan di atas, penulis ingin meneliti tentang pandangan jemaat terhadap kredibilitas sumber informasi dalam hal ini pelayan khusus di Jemaat GMIM ‘Nafiri’ Walewangko. Dengan judul “PERSEPSI JEMAAT TERHADAP KREDIBILITAS PELAYAN KHUSUS SEBAGAI KOMUNIKATOR (Studi di Jemaat GMIM Nafiri Walewangko, Kecamatan Langowan Barat, Kabupaten Minahasa)”

## KONSEP KOMUNIKASI

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah sama makna. Jadi kalau dua orang terkait dalam komunikasi misalnya dalam bentuk percakapan, maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dipercekapkan. Kesamaan bahasa yang digunakan dalam percakapan itu belum tentu menimbulkan kesamaan makna. Dengan lain perkataan, mengerti bahasanya saja belum tentu mengerti maksud yang dibawa oleh bahasa itu. Jelas bahwa percakapan kedua orang tadi dapat dikatakan komunikatif apabila kedua-duanya, selain mengerti bahasa yang dipergunakan, juga mengerti makna dari bahan yang dipercekapkan. Akan tetapi, pengertian komunikasi yang dipaparkan diatas sifatnya dasariah, dalam arti kata bahwa komunikasi itu minimal harus mengandung kesamaan makna antara dua pihak yang terlibat. Dikatakan minimal karena kegiatan komunikasi tidak hanya informatif, yakni agar orang lain mengerti dan tahu, tetapi juga persuasif, yaitu agar orang lain bersedia menerima suatu paham atau keyakinan, melakukan suatu perbuatan atau kegiatan dan lain-lain. Adapun beberapa definisi komunikasi dari para pakar, sebagai berikut:

Menurut Harold Laswell : Komunikasi adalah proses yang menggambarkan siapa mengatakan apa dengan cara apa, kepada siapa dengan efek apa.

Carl I. Hovland : Komunikasi adalah proses dimana seseorang individu atau komunikator mengoperkan stimulan biasanya dengan lambang-lambang bahasa (verbal maupun nonverbal) untuk mengubah tingkah laku orang lain

Theodorson dan Thedorson : Komunikasi adalah penyebaran informasi, ide-ide sebagai sikap atau emosi dari seseorang kepada orang lain terutama melalui simbol-simbol

Wiliam Albig : Komunikasi adalah proses sosial dalam arti pelembaran pesan/lambang yang mana mau tidak mau akan menumbuhkan pengaruh pada semua proses dan berakibat pada bentuk perilaku manusia dan adat kebiasaan

Dengan demikian dari sejumlah definisi yang sudah disampaikan diatas penulis mengambil kesimpulan bahwa sebuah komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang berhasil melahirkan kebersamaan, kesepahaman antara sumber dengan penerima. Jadi proses komunikasi yang dilakukan tersebut mempunyai tujuan yakni mengubah dan membentuk suatu perilaku orang yang menjadisasaran komunikasi sesuai dengan kaidah yang dimaksudkan di dalam proses komunikasi yang berlangsung.

## KONSEP PERSEPSI

Pengertian Persepsi Menurut Joseph A. Devito

Persepsi adalah proses dengan mana kita menjadi sadar akan banyaknya stimulus yang mempengaruhi indera kita. Persepsi mempengaruhi rangsangan (stimulus) atau pesan yang kita serap dan apa makna yang kita berikan kepada mereka ketika mereka mencapai kesadaran. Oleh karenanya persepsi sangat penting bagi studi komunikasi dalam bentuk dan fungsinya (Devito 2011 : 79).

## PENGERTIAN JEMAAT

Menurut J.L. Ch Abineno

Secara empirik jemaat adalah sebuah perkumpulan yang mengaku percaya pada Yesus sebagai Tuhan dan Juruselamat mereka. Perkumpulan ini mempunyai system tersendiri yang mengatur bagaimana mereka harus berhubungan satu sama lain dan bagaimana mereka harus menjalankan visi dan misi perkumpulan mereka. Dalam hal inilah dikenal system organisasi kegerejaan dan struktur kepemimpinan yang berlaku di dalam gereja.

### KONSEP KREDIBILITAS

Jalaluddin Rahmat (2005;257) dalam bukunya Psikologi Komunikasi mengutarakan pendapatnya tentang kredibilitas komunikator, beliau menyatakan, "Kredibilitas (komunikator) adalah seperangkat persepsi komunikate tentang sifat-sifat komunikator. Dalam definisi ini terkandung dua hal : (1) kredibilitas adalah persepsi komunikate; jadi *inheren* dalam diri komunikator; (2) Kredibilitas berkenaan dengan sifat-sifat komunikator, yang selanjutnya akan kita sebut sebagai komponen-komponen kredibilitas."

Selanjutnya menurut Jalaludin Rakhmat (2005;260) komponen-komponen kredibilitas adalah (1) **Keahlian**, adalah kesan yang dibentuk komunikan tentang kemampuan komunikator dengan hubungannya dengan topik yang dibicarakan. Komunikator yang tinggi pada keahliannya dianggap cerdas, mampu, ahli, berpengalaman, dan terlatih. (2) **Kepercayaan**, adalah kesan komunikan tentang komunikator yang berkaitan dengan wataknya (Jujur atau tidak jujur, tulus atau lancung, dan sebagainya). Aristoteles menyebutnya "*good moral character*", sedang Quintillianus menyebutnya "*a good man speaks well*".

"Sedangkan menurut Koehler, Annatol, dan Applbaum (Rakhmat 2005;260) komponen kredibilitas itu ditambah lagi dengan (1) **Dinamisme**, berkenaan dengan cara berkomunikasi, bergairah, bersemangat, aktif, tegas, dan berani. Dinamisme memperkuat kesan keahlian dan kepercayaan; (2) **Sosiabilitas**, adalah kesan komunikan tentang komunikator sebagai orang yang periang dan suka bergaul; (3) **Koorientasi**, adalah kesan komunikan tentang komunikator sebagai orang yang mewakili kelompok dan nilai-nilai dari komunikan; (4) **Karisma**, menunjukkan suatu sifat luar biasa yang dimiliki komunikator."

Dalam bukunya Pengantar Ilmu Komunikasi, Prof. Dr. H. Hafied Canggara, M.Sc. (2008;91) berpendapat bahwa :

"Kredibilitas ialah seperangkat persepsi tentang kelebihan-kelebihan yang dimiliki sumber sehingga diterima atau diikuti oleh khalayak (penerima). Gobbel, menteri propaganda Jerman dalam perang dunia II menyatakan bahwa, untuk menjadi seorang komunikator yang efektif harus memiliki kredibilitas yang tinggi."

**"Kredibilitas menurut aristoteles, bisa diperoleh jika seorang komunikator memiliki ethos, pathos, dan logos. Ethos ialah kekuatan yang dimiliki pembicara dari karakter pribadinya, sehingga ucapan-ucapannya dapat dipercaya. Pathos ialah kekuatan yang dimiliki seorang pembicara dalam mengendalikan emosi pendengarnya, sedangkan logos ialah kekuatan yang dimiliki komunikator melalui argumentasinya."**

Hafied Canggara (2008;92) masih dalam buku yang sama mengutip pendapat James Mc Croskey (1966) lebih jauh menjelaskan bahwa kredibilitas seorang komunikator dapat bersumber dari kompetensi (*competence*), sikap (*character*), tujuan (*intention*), kepribadian (*personality*) dan dinamika (*dynamism*).

1. Kompetensi ; penguasaan yang dimiliki komunikator pada masalah yang dibahasnya.
2. Sikap menunjukkan pribadi komunikator apakah ia tegar atau toleran dalam prinsip.
3. Tujuan menunjukkan apakah hal-hal yang disampaikan itu punya maksud yang baik atau tidak.
4. Kepribadian menunjukkan apakah pembicara memiliki pribadi yang hangat dan bersahabat.
5. Dinamika menunjukkan apakah hal yang disampaikan itu menarik atau sebaliknya membosankan.

Penjelasan di atas diurai pula dalam buku *Public speaking Handbook*, yang ditulis oleh A Steven A. Beebe & Susan J. Bee (2005;420)

**Kemampuan/** wewenang... untuk terpercaya, seorang pembicara harus banyak pengetahuan/informasi, trampil, atau yang banyak mengetahui tentang pokok materi yang ia bicarakan. **Dipercaya**, orang-orang percaya mereka jujur penuh ketulusan ketika berbicara. **Dinamis** adalah sering diproyeksikan melalui penyerahan. **Karisma** adalah format dari Dinamis. Seorang orang yang karismatik menguasai menggiurkan, bakat, kemagnetan (daya tarik, pen.), dan kualitas lain yang membuat orang tertarik & semangat.

Untuk menambah wawasan tentang elemen kredibilitas, penulis mengutip dari Kamus Umum Bahasa Indonesia yang ditulis oleh J.S. Badudu dan Sutan Mohammad Zain (1996;344,620,1040) tentang kepercayaan, karisma, koorientasi dan dinamism.

“**Kepercayaan**, 1 Iman:- nya kepada agamanya kuat sekali; 2 orang yang dipercaya: saya sbg orang – atasan selalu akan menjaga nama baik saya; 3 keyakinan yang dianut: islam adalah – ku ; 4 sesuatu yang diakui atau diterima kebenarannya : - rakyat harus dijaga agar tidak hilang

“**Karisma**, bakat yang luar biasa yang dihubungkan dengan kemampuan seseorang dalam hal kepemimpinan yang membuatnya menjadi seorang yang dikagumi karena kemampuan dan kewibawaannya itu, dapat membangkitkan rasa pemujaan dari masyarakat terhadapnya.”

“**Koorientasi**/orientasi/, (Ing, Bld) 1 peninjauan untuk mengenal dan mengetahui (hal, tempat, dsb) 2 pengenalan akan tempat secara tepat;”

“**Dinamism**, sifat yang hidup yang penuh semangat, terus bergerak untuk menghasilkan perubahan yang membawa kemajuan.”

“Berlo seorang pakar komunikasi dari *Michigan State University* menambahkan bahwa kredibilitas seorang pembicara atau penulis bisa diperoleh, bila ia memiliki keterampilan berkomunikasi secara lisan atau tertulis (*communication skills*), pengetahuan yang luas tentang apa yang dibahasnya (*knowledge*), sikap jujur dan bersahabat (*attitude*), serta mampu beradaptasi dengan sistem sosial dan budaya (sosial & cultural sistem) di mana khalayaknya berada.” (Canggara;2008)

## TEORI KREDIBILITAS SUMBER

Penelitian ini dilandasi oleh teori kredibilitas sumber, teori ini lahir cukup lama. Dikembangkan oleh Hovland, Janis, dan Kelly tahun 1953(Communication Capstone, 2001). Teori ini menjelaskan bahwa seseorang dimungkinkan lebih mudah dibujuk (dipersuasi) jika sumber-sumber persuasinya (bisa komunikator itu sendiri) memiliki kredibilitas yang cukup. Cukup mudah untuk memahami teori

ini dalam konteks kasus. Kita biasanya akan lebih percaya dan cenderung menerima dengan baik pesan-pesan yang disampaikan oleh orang-orang yang memiliki kredibilitas dibidangnya. "Jangan melihat siapa yang berbicara, tapi lihatlah apa yang dibicarakannya." Sebuah kalimat tersebut seringkali kita dengar dalam kesempatan-kesempatan tertentu yang menuju kepada ketidakpercayaan seorang pendengar terhadap orang yang membicarakan sesuatu. Bisaanya hal ini terjadi dalam kesempatan komunikasi yang melibatkan orang dengan pendidikan, usia, ataupun kedudukan yang lebih rendah sebagai pembicara dengan orang atau kelompok yang memiliki kedudukan lebih tinggi. Kalimat tersebut merupakan sesuatu yang bijak karena kita sebagai makhluk social membutuhkan hubungan timbal balik guna menambah pengetahuan meskipun hal itu bersumber dari orang yang tidak kita perhitungkan. Sebagai orang atau kelompok yang pada saat-saat tertentu berperan sebagai komunikator, tentu saja kita harus meminimalisir pandangan orang terhadap diri dan apa yang akan kita bicarakan nantinya. Untuk itu, dibutuhkan sebuah usaha untuk meningkatkan tingkat kepercayaan (kredibilitas) komunikasi terhadap diri seorang komunikator. Tingkat kepercayaan disini mengacu kepada sejauh mana sumber dapat memberikan informasi yang jelas kepada komunikasi serta komunikasi dapat mengambil informasi dari pembicaraan-pembicaraan yang dilakukan sebelumnya.

Penelitian yang dilakukan Hovland, Janis dan Kelley, menemukan tiga aspek yang mempengaruhi kredibilitas sumber, yakni:

1. Keterpercayaan (trustworthiness)

Berkaitan dengan penilaian khalayak bahwa sumber informasi dianggap tulus, bijak dan adil, objektif, memiliki integritas pribadi, serta memiliki tanggung jawab sosial yang tinggi. Umumnya penilaian dilakukan berdasarkan pada perilaku sumber pada masa lalu dan dugaan akan perilakunya pada saat sekarang. Dengan kata lain track record seseorang akan menjadi acuan apakah yang bersangkutan dianggap memiliki keterpercayaan atau tidak. Yang menarik, ialah tentang konsistensi, yang ternyata juga menjadi salah satu kriteria keterpercayaan. Khalayak percaya pada sikap sosok yang konsisten, dan sebaliknya hilang kepercayaan pada sosok yang tidak konsisten.

2. Keahlian (expertise)

Faktor keahlian berhubungan dengan penilaian dimana sumber dianggap mahir dalam berkomunikasi antar internal organisasi dan eksternal dengan organisasi yang lain

3. Daya Tarik (attractiveness)

Secara umum konsep ini meliputi penampilan fisik dan identifikasi psikologis. Harap dipahami, pada konteks ini daya tarik berbeda dengan karisma. Seseorang mungkin saja menarik, tapi tidak karismatik. Sebaliknya seseorang bisa saja berkarisma tapi nilai-nilai yang ada pada orang tersebut sangat berbeda dan tidak menarik hati orang lain untuk melakukan identifikasi psikologis.

- a. Daya Tarik Fisik

Penampilan fisik seseorang akan mempengaruhi bagaimana khalayak mempersepsi sumber. Berbagai penelitian dalam bidang persuasi menyimpulkan bahwa orang yang menarik secara fisik dapat lebih mempersuasi orang lain. Mengapa hal ini bisa terjadi? Penelitian menyatakan bahwa daya tarik fisik bukanlah hal yang dapat diremehkan. Daya tarik fisik mampu menciptakan



karakteristik kepribadian yang berbeda. Orang yang mempunyai daya tarik fisik secara sosial lebih mendapat perhatian, lebih dihargai dan lebih diterima. Mereka juga lebih banyak mendapatkan umpan balik yang positif pada setiap awal interaksi yang dilakukan.

**b. Daya Tarik Psikologis**

Komponen daya tarik psikologis biasanya menyangkut similarity (kesamaan). Artinya kemiripan antara pembicara dengan khalayak dapat meningkatkan daya tarik, yang membuat upaya persuasi menjadi lebih efektif. (Venus, 2004:57-60). Kesamaan karakteristik personal; cognitive consistency theory dari Fritz Heider mengemukakan bahwa orang cenderung memiliki sikap yang sama dengan orang yang disukai. Teori ini berusaha menerangkan bagaimana individu-individu sebagai bagian dari struktur sosial (misalnya sebagai suatu kelompok) cenderung untuk menjalin hubungan satu sama lain. Teori Heider memusatkan perhatiannya pada hubungan intra-pribadi (intrapersonal) yang berfungsi sebagai "daya tarik", yaitu semua keadaan kognitif yang berhubungan dengan perasaan suka dan tidak suka terhadap individu-individu dan objek-objek lain.

**METODE YANG DIGUNAKAN**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif untuk memahami fenomena atau gejala sosial dengan cara memberikan pemaparan berupa penggambaran yang jelas tentang fenomena atau gejala sosial tersebut dalam bentuk rangkaian kata yang pada akhirnya akan menghasilkan teori.

Menurut Bogdan dan Taylor (1992) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif adalah salah satu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku orang-orang yang diamati. Pendekatan kualitatif diharapkan mampu menghasilkan uraian yang mendalam tentang ucapan, tulisan, dan atau perilaku yang dapat diamati dari suatu individu, kelompok, masyarakat, dan atau organisasi tertentu dalam suatu keadaan konteks tertentu yang dikaji dari sudut pandang yang utuh, komprehensif, dan holistik. (Sujarweni 2014:19)

**LOKASI PENELITIAN**

Lokasi Penelitian Bertempat di Jemaat GMIM "Nafiri" Walewangko. Yang terletak di Desa Walewangko, Kecamatan Langowan Barat, Kabupaten Minahasa

**FOKUS PENELITIAN**

Fokus penelitian ini ialah Kredibilitas Pelayan Khusus (penatua, syamas) Sebagai Komunikator yang dinilai dari :

1. Keterpercayaan jemaat terhadap pelayan khusus ketika menyampaikan pesan / berkhotbah. Terkait dengan kepribadian pelayan khusus.
2. Keahlian yang dimiliki oleh seorang pelayan khusus ketika menyampaikan pesan / berkhotbah.
3. Daya Tarik yang dimiliki oleh pelayan khusus ketika menyampaikan pesan / berkhotbah

**SUBJEK PENELITIAN**

Yang menjadi subjek penelitian ini adalah Jemaat GMIM Nafiri Walewangko. Informan penelitian adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar belakang penelitian (Moleong 2000 : 97).

Informan merupakan orang yang benar-benar mengetahui permasalahan yang akan diteliti. Informan yang dipilih dalam penelitian ini ialah anggota jemaat di GMIM "Nafiri" Walewangko yaitu sebanyak 10 orang

### **TEKNIK PENGUMPULAN DATA**

Menurut Istijanto dalam Sinambela (2014:112), berdasarkan sumbernya data dapat dibagi menjadi dua kelompok besar yang disebut data primer dan sekunder.

#### **1) Data Primer**

##### **a. Observasi**

Menurut Rachmat Kriyantono (2006:64) dalam bukunya Riset Komunikasi, secara rinci menuliskan, metode observasi adalah metode dimana periset mengamati langsung objek yang diteliti. Observasi sering dipadu dengan wawancara mendalam.

##### **b. Wawancara Mendalam**

Menurut Rachmat Kriyantono (2006:102) wawancara mendalam adalah suatu cara mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam, wawancara ini dilakukan dengan dengan frekuensi tinggi (berulang-ulang) secara intensif. Selanjutnya akan dibedakan antara responden (orang yang akan diwawancarai hanya sekali) dengan informan (orang yang ingin periset ketahui secara berulang kali). Karena itu juga disebut wawancara intensif.

#### **2) Data Sekunder**

Data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (dihasilkan dari pihak lain atau dari lembaga lain). Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan.

### **TEKNIK ANALISIS DATA**

Penelitian ini menggunakan analisis kualitatif. Analisis data kualitatif dilakukan apabila data empiris yang diperoleh adalah data kualitatif berupa kumpulan berwujud kata-kata dan bukan rangkaian angka serta tidak dapat disusun dalam kategori-kategori/struktur klasifikasi. Analisis kualitatif tetap menggunakan kata-kata yang biasanya disusun kedalam teks yang diperluas dan tidak menggunakan perhitungan matematis atau statistika sebagai alat bantu analisis. Menurut Miles dan Huberman, kegiatan analisis terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi.

### **PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN**

Ketika seorang komunikator berbicara dengan komunikan, maka yang dilihat bukan sekedar maksud tujuan dari komunikasi tersebut, melainkan melihat siapa yang berbicara, apa isi pesan yang disampaikan, sebagaimana teori yang dikemukakan oleh Harold Laswell yang menyebutkan bahwa, Komunikasi adalah proses yang menggambarkan siapa mengatakan apa dengan cara apa, kepada siapa dengan efek apa.

Komunikan yang terdiri dari beberapa pemikiran yang berbeda merupakan tantangan bagi seorang komunikator untuk menyatukan pandangan. Sesuai yang dikatakan oleh Harold Laswel yaitu "siapa", merujuk pada sosok komunikator



yang dinilai oleh komunikan, tentang kepribadiannya, latar belakang, atau apapun yang berkaitan dengan diri komunikator, selanjutnya "mengatakan apa", merujuk pada isi dari pesan tersebut, apakah pesan tersebut menarik atau tidak, memiliki pengaruh atau tidak. Kemudian "kepada siapa" yang merujuk pada komunikan itu sendiri, disini komunikatorlah yang harus memutar otak untuk menilai bagaimana latar belakang komunikator, dan isi pesan seperti apa yang sesuai dengan karakteristik komunikan, selanjutnya "dengan cara apa" yang merujuk pada keahlian komunikator dalam menggunakan media dan situasi yang ada, dan yang terakhir "apa efeknya", yang merujuk pada tujuan komunikasi itu berlangsung, apakah merubah pemikiran komunikan agar selaras dengan komunikator, atau malah sebaliknya.

Demikian pula dalam berkhotbah, pelayan khusus sebagai komunikator memiliki ciri dan kredibilitas bagi jemaat, mulai dari siapa pelayan khusus itu, apa yang dibicarakan, dan bagaimana kredibilitas pelayan khusus itu sendiri.

Dalam penelitian ini jemaat yang adalah komunikan memiliki persepsi yang berbeda – beda terhadap komunikan atau pelayan khusus ketika menyampaikan khotbah, dan bagaimana jemaat menilai kredibilitas dari seorang pelayan khusus. Karena dari itu, peneliti tertarik untuk meneliti tentang " Persepsi jemaat terhadap kredibilitas pelayan khusus sebagai komunikator di jemaat GMIM "Nafiri" Walewangko, Kecamatan Langowan Barat, Kabupaten Minahasa" dan peneliti mengambil focus penelitian pada penatua dan syamas di jemaat ini, dan menilainya dari keterpercayaan jemaat terhadap pelayan khusus ketika menyampaikan khotbah, keahlian yang dimiliki oleh pelayan khusus ketika menyampaikan khotbah, serta daya Tarik dari pelayan khusus ketika menyampaikan khotbah.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif yang menjelaskan bahwa penelitian kualitatif adalah salah satu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku orang-orang yang diamati. Teori ini dikemukakan oleh Bogdan dan Taylor pada tahun 1992 .(Sujarweni 2014:19). Peneliti menggunakan metode ini agar secara jelas dapat menggambarkan tentang bagaimana kredibilitas pelayan khusus yang dinilai oleh jemaat.

### **Keterpercayaan jemaat terhadap pelayan khusus ketika menyampaikan pesan/ berkhotbah.**

Faktor keterpercayaan yang dimiliki pelayan khusus masih kurang, karena jemaat melihat kepribadian pelayan khusus dan masih ada pelayan khusus yang kurang memiliki integritas pelayan khusus yang seharusnya konsisten dalam bertindak, artinya apa yang disampaikan selaras dengan perilakunya. Jemaat menuturkan perilaku seperti meminum minuman beralkohol, berjudi, rentenir masih melekat pada beberapa pelayan khusus yang membuat tingkat keterpercayaan mereka kurang, sampai ada kasus tentang perselingkuhan yang pernah dilakukan oleh oknum pelayan khusus namun kasus ini telah selesai. Seperti yang dituturkan oleh informan I,II,II,X. Kasus ini berkaitan dengan tugas pelayan khusus yang diatur dalam tata gereja Bab 2, tentang tugas pelayan khusus yang menyebutkan bahwa pelayan khusus bertugas membimbing dan memberi penyuluhan dengan perkataan maupun contoh – contoh jemaat dan masyarakat untuk hidup sehat secara fisik, psikis dan sosial. Hasil ini berkaitan dengan teori

Kredibilitas Sumber yang dikemukakan oleh Hovland, Janis, dan Kelly dalam aspek keterpercayaan, yaitu berkaitan dengan penilaian khalayak bahwa sumber informasi dianggap tulus, bijak dan adil, objektif, memiliki integritas pribadi, serta memiliki tanggung jawab sosial yang tinggi, khalayak percaya pada sikap sosok yang konsisten, dan sebaliknya hilang kepercayaan pada sosok yang tidak konsisten. Namun jemaat terhadap percaya pada isi pesan yang disampaikan, karena yang disampaikan itu adalah Firman Tuhan, seperti yang disampaikan oleh informan I & VII. Berkaitan dengan Teori Kredibilitas Sumber "Jangan melihat siapa yang berbicara, tapi lihatlah apa yang dibicarakannya.

Namun berbeda pada informan IV & IX mereka menilai pelayan khusus telah menjalankan tugasnya dengan baik, karena sudah melalui tahap katekisasi. Dari semua informan, mereka menyatakan bahwa hanya sebagian pelayan khusus yang memiliki tingkat keterpercayaan yang rendah.

### **Keahlian yang dimiliki pelayan khusus ketika menyampaikan khotbah**

Pelayan khusus di jemaat ini, dianggap sudah cukup cakap dalam berkomunikasi atau berkhotbah karena memiliki latar belakang pendidikan yang cukup, sehingga pesan yang disampaikan dianggap tersaring dengan baik dan bisa memilah pesan yang layak disampaikan atau tidak, namun juga masih ada pelayan khusus yang bertujuan lain ketika menyampaikan khotbah, seperti menyindir seseorang atau menyinggung, sehingga pelayan khusus dengan tipe seperti ini dianggap kurang memiliki keahlian dalam berkomunikasi.

Keahlian disini berkaitan dengan bagaimana seorang pelayan khusus dianggap ahli dalam menyampaikan khotbah yang dinilai dari latar belakangnya, jemaat lebih percaya bahwa pelayan khusus yang memiliki pendidikan tinggi lebih tahu berkomunikasi dengan baik dibandingkan dengan pelayan khusus yang berpendidikan rendah. Ada juga jemaat yang menilai bahwa pelayan khusus berusia mudah lebih ahli dalam berkomunikasi karena memiliki ingatan atau memori yang kuat, sehingga apa yang telah disusun tersampaikan secara sistematis dan memudahkan jemaat untuk mendengarkan. Namun tak menutup kemungkinan ada pelayan khusus yang memiliki pendidikan lebih rendah tetapi cakap dalam berkomunikasi dan pesan yang disampaikan tiba dengan baik kepada jemaat, dengan demikian tujuan komunikasi berjalan dengan baik.

### **Daya Tarik**

Penampilan fisik pelayan khusus sangat berpengaruh terhadap tingkat ketertarikan jemaat untuk mendengarkan khotbah, mulai dari gaya rambut, mimik wajah atau ekspresi, cara berpakaian, kerapian, dinilai oleh jemaat karena penampilan fisik pelayan khusus menunjukkan kredibilitas mereka sebagai panutan oleh jemaat. Penampilan fisik seorang pelayan khusus melambangkan kewibawaan tentang posisi atau gelar kepelayanannya, ketika pelayan khusus berkhotbah pertama kali yang dinilai oleh jemaat adalah penampilan fisik, jika penampilan fisik buruk maka jemaat tidak memiliki ketertarikan lagi untuk mendengarkan khotbah. Di jemaat ini secara umum pelayan khusus sudah tahu berpenampilan yang sopan, rapih, dan berwibawa. Namun masih ada pelayan khusus yang berpenampilan kurang sopan ketika berada di luar gereja, yang ternyata dinilai oleh jemaat kemudian berpengaruh terhadap kredibilitasnya.

Daya Tarik juga mengenai isi pesan yang disampaikan pelayan khusus ketika berkhotbah, yaitu bahasa yang digunakan ada yang kurang dimengerti, karena ada yang menggunakan bahasa ilmiah atau istilah yang kurang dimengerti oleh jemaat. Kemudian intonasi dan cara penyampaian khotbah yang monoton membuat jemaat bosan mendengarkan khotbah dan kehilangan ketertarikan untuk melanjutkannya, sehingga membuat jemaat mengantuk. Ketertarikan juga berkaitan dengan kesamaan, komponen daya tarik psikologis biasanya menyangkut similarity (kesamaan). Artinya kemiripan antara pembicara dengan khalayak dapat meningkatkan daya tarik, yang membuat upaya persuasi menjadi lebih efektif. (Venus, 2004:57-60). Seperti halnya Informan II tertarik mendengarkna khotbah dari seorang pelayan khusus yang memiliki pendidikan yang tinggi, karena menurutnya mereka lebih berpengalaman. Diketahui informan tersebut memiliki pendidikan yang tinggi juga. Kemudian Informan III & IV yang menginginkan pelayan khusus yang berkhotbah dengan menggunakan sentuhan humor agar tidak bosan. Diketahui bahwa latar belakang keduanya memiliki selera humor yang tinggi.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan penelitian kualitatif yang telah dilaksanakan serta menggunakan teori kredibilitas sumber oleh Hovland, Janis, dan Kelly, maka peneliti menarik kesimpulan dari hasil penelitian dan wawancara langsung kepada jemaat GMIM 'Nafiri' Walewangko yang ada di Desa Walewangko, Kecamatan Langowan Barat, Kabupaten Minahasa sebagai berikut :

1. Jemaat menilai masih ada pelayan khusus yang kurang konsisten dalam berperilaku, yaitu perkataan saat berkomunikasi lewat khotbah dan perbuatan dalam kehidupan sehari – hari maupun dalam lingkup masyarakat tidak selaras, dalam artian integritas pelayan khusus di jemaat ini masih rendah, sehingga mempengaruhi tingkat keterpercayaan yang dimiliki oleh pelayan khusus itu sendiri. Tapi tidak berlaku pada isi pesan yang disampaikan, jemaat percaya pada isi pesan/ isi khotbah, karena isi khotbah adalah kebenaran Firman Tuhan. Jemaat tidak percaya pada pribadi pelayan khusus itu sendiri
2. Pelayan khusus dinilai sudah cukup cakap dalam berkomunikasi lewat khotbah, karena sebagian besar pelayan khusus di jemaat ini memiliki tingkat pendidikan yang tinggi dan sudah terlatih dalam proses katekisasi pelayan khusus yang dilakukan oleh GMIM. Pelayan khusus yang memiliki pendidikan yang tinggi dianggap lebih cakap atau lebih ahli dalam berkomunikasi dengan pelayan khusus berpendidikan lebih rendah. Terbukti bahwa jemaat mengaku bahwa pesan yang disampaikan oleh pelayan khusus bisa tiba dengan baik pada pikiran sebagian besar jemaat. Jemaat juga memperhatikan faktor usia dan kedudukan social, dengan berpandangan bahwa mereka memiliki ingatan yang kuat ketika menyusun khotbah dan lebih berpengalaman. Namun jemaat juga menilai masih ada pelayan khusus yang kurang trampil dalam mengolah pesan, seperti mengeluarkan kata – kata yang menyinggung dan menyakiti jemaat.
3. Daya tarik fisik pelayan khusus di jemaat ini sudah cukup baik, karena di dalam ruang gereja atau saat menyampaikan khotbah, pelayan khusus tampil rampih dan terlihat berwibawa. Penampilan fisik mempengaruhi ketertarikan jemaat intuk mendengarkan khotbah, karena melambangkan kewibawaan

seorang pelayan khusus. Namun tak sampai disitu, jemaat juga menilai penampilan keseharian pelayan khusus diluar gereja, bahwa masih ada pelayan khusus yang kurang sopan dalam berpakaian, yang mempengaruhi kredibilitas pelayan khusus tersebut.

Daya tarik psikologi, berbicara tentang kesamaan dan selera, maka jemaat juga memperhatikan isi pesan pelayan khusus saat berkhotbah, mulai dari bahasa, intonasi, penempatan kata – kata yang terkadang tak sesuai dengan karakteristik jemaat yang tidak semuanya memiliki tingkat pendidikan yang sama, seperti bahasa ilmiah yang digunakan saat berkhotbah tidak dimengerti. Jemaat tertarik dengan pelayan khusus yang memiliki selera humor saat berkhotbah karena membuat suasana menjadi cair dan tidak membosankan

## **SARAN**

1. Pelayan Khusus diharapkan menyelaraskan perkataan yang disampaikan dalam khotbah dengan perbuatan dalam kehidupan sehari – hari, dan juga mampu menghindari hal – hal negatif yang mencolok dimata jemaat. Karena sesungguhnya pelayan khusus adalah panutan atau contoh bagi jemaat. Agar pelayan khusus memiliki kredibilitas terhadap jemaat.
2. Dalam berkomunikasi pelayan khusus diharapkan mampu menempatkan bahasa dan kata – kata yang sesuai dengan keadaan jemaat, agar perkataan yang disampaikan tidak memprovokasi atau menyinggung. Serta pelayan khusus diharapkan mampu memilih bahasa yang baik dan benar agar pesan yang disampaikan tiba pada jemaat dengan baik.
3. Pelayan khusus diharapkan berpenampilan baik dan sopan tidak hanya berada di dalam ruang lingkup pelayanan gereja, namun juga dalam kehidupan sehari – hari di tengah masyarakat Pelayan Khusus diharapkan mampu menempatkan bahasa yang sesuai dengan karakteristik jemaat, agar aktivitas komunikasi berjalan dengan baik.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Abineno, J.L.Ch.1987. Jemaat.BPK Gunung Mulia, Jakarta.
- Ardial, H.2014. Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi. PT Bumi Aksara, Jakarta.
- Hafied, Cangara.2008. Pengantar Ilmu Komunikasi. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Badudu, J.S dan Sutan Mohammad Zain. 1996. Kamus Besar Bahasa Indonesia. Pustaka Sinar Harapan, Jakarta
- Devito A, Josep. 2011. Komunikasi Antar Manusia Edisi Ke Lima. Tangerang : Kharisma Publishing Group
- Effendy, Onong.2001. Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek. PT Remaja Rosdakarya, Bandung
- Mardalis, 1995. Metode Penelitian: Suatu Pendekatan Proposal. Bumi Aksara, Jakarta.
- Rakhmat, Jalaludin. 2005. Psikologi Komunikasi. Remaja Rosdakarya, Jakarta
- Silalahi, Uber.2012. Metode Penelitian Sosial. PT Refika Aditama, Bandung
- Sujarweni, V. Wiratna.2014. Metodologi Penelitian. PUSTAKABARUPRESS, Yogyakarta

Sharon S. Brehm & Saul M. Kassin. 1996. Social psychology. Houghton Mifflin Company.

Suprpto, Tommy. 2011. Pengantar Ilmu Komunikasi. CAPS, Yogyakarta

Venus, Antar. 2004. Panduan Teoritis dan Praktis Dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi. Simbiosis Rekatama Medi. Jakarta,

Wiryanto. 2000. Teori Komunikasi Massa. Jakarta: PT. Grasindo

Sumber Lain:

Tata Gereja GMIM

[www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com)

KBBI.online